COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 3 Janvier 2017

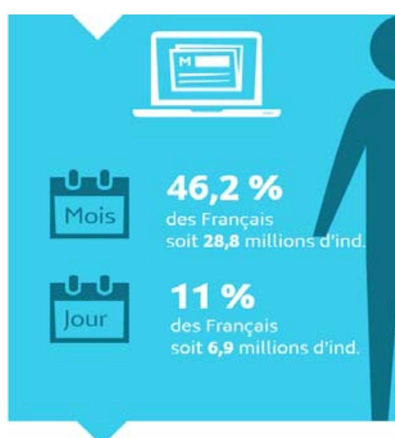
Mediametrie

Audience Internet Ordinateur en France en novembre 2016

Près de la moitié des Français sur les sites d'actualités en novembre

En novembre, 28,8 millions d'internautes ont consulté au moins un site de la sous-catégorie « Actualités » depuis leur ordinateur, soit près d'un Français sur 2 (46,2%). Portée probablement par l'élection présidentielle américaine ainsi que par les primaires des Républicains, c'est la meilleure audience de la sous-catégorie sur les 6 derniers mois.

Parmi les visiteurs mensuels, près d'un quart (24%) se connectent chaque jour sur les sites d'actualités, soit 11% de la population française (6,9 millions d'internautes). Chacun y a consacré un peu plus de 13 minutes par jour, pour 7 pages vues en moyenne .



En novembre, les CSP+ représentaient à eux seuls plus d'un tiers des visiteurs uniques (34,1%) des sites de cette sous-catégorie alors qu'ils composent 27,3% de l'ensemble des internautes. Ils y ont également passé plus de temps : 1 heure et 48 minutes, soit 14 minutes de plus que l'ensemble des internautes (1 heure et 34 minutes).

En novembre 2016, Le Figaro se place en tête du classement des sites les plus visités de la sous-catégorie « Actualités » avec 9,9 millions de visiteurs uniques. Il est suivi par L'Internaute.com et Le Monde, qui totalisent respectivement 9,2 et 8,8 millions de visiteurs uniques.

Top 5 des sites d'Actualités les plus visités en novembre 2016

Rang	Sites	Nombre de visiteurs uniques mensuels	Couverture France entière	Temps passé par personne
1	Le Figaro - TS ACPM	**9 946 000**	16,0%	0:32:26
2	Linternaute.com - TS	**9 215 000**	14,8%	0:06:32
3	Le Monde - TS ACPM	**8 837 000**	14,2%	0:47:35
4	franceinfo - TS ACPM	**7 395 000**	11,9%	0:12:19
5	Le Parisien - TS ACPM	**6 787 000**	10,9%	0:17:18

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Novembre 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en Novembre 2016

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	41 913 000
2	Microsoft	35 265 000
3	Facebook	27 356 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	23 375 000
5	Orange	20 614 000
6	Webedia	20 564 000
7	Solocal Group	19 058 000
8	Schibsted	18 043 000
9	Amazon	18 021 000
10	Wikimedia Foundation	16 937 000
11	Prisma Media	15 663 000
12	Groupe Lagardere	15 010 000
13	Iliad	14 756 000
14	Groupe Casino	14 143 000
15	Vivendi	14 079 000
16	M6	14 023 000
17	Groupe Auchan	13 796 000
18	La Poste	13 551 000
19	Groupe Le Monde	13 427 000
20	Groupe Credit Agricole	12 123 000
21	Yahoo	11 711 000
22	Fnac	11 493 000
23	francetélévisions	10 971 000
24	eBay	10 667 000
25	auFeminin	10 337 000
26	Carrefour	10 164 000
27	Groupe Numericable - SFR	10 007 000
28	Ministere de l Education Nationale	9 848 000
29	Altice Media Group	9 273 000
30	Gouvernement Francais	9 074 000
31	Next Radio TV	9 069 000
32	Apple Computer	8 944 000
33	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	8 862 000
34	Association VideoLAN	8 641 000
35	Groupe TF1	8 005 000
36	SNCF France	7 976 000
37	OTTO	7 577 000
38	Pole Emploi	7 091 000
39	Societe Generale	7 076 000
40	Michelin	7 026 000
41	Assurance Maladie	6 912 000
42	Groupe Le Parisien	6 817 000
43	Pinterest.com	6 686 000
44	Mondadori	6 586 000
45	20 Minutes France	6 499 000
46	La Redoute	6 452 000
47	Credit Mutuel	6 289 000
48	Oredis	6 138 000
49	DARTY	6 113 000
50	Adobe	5 975 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Novembre 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en Novembre 2016

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	40 805 000	17 012 000
2	Facebook	27 089 000	8 692 000
3	YouTube	25 498 000	4 495 000
4	Microsoft	24 052 000	3 267 000
5	Orange - T	19 486 000	5 681 000
6	Leboncoin.fr - TS ACPM	18 041 000	2 726 000
7	Amazon	17 766 000	2 254 000
8	Wikipedia	16 494 000	1 752 000
9	Windows Live	16 407 000	2 664 000
10	Skype	15 024 000	3 867 000
11	Free	14 235 000	1 910 000
12	PagesJaunes	14 167 000	1 140 000
13	Cdiscount	13 081 000	1 243 000
14	Fnac	11 478 000	896 000
15	MSN - T	10 845 000	2 203 000
16	Bing	10 780 000	1 665 000
17	Yahoo - T	10 607 000	2 356 000
18	Le Figaro - TS ACPM	9 946 000	964 000
19	Outlook (Outlook.com)	9 404 000	2 314 000
20	Blogger	9 403 000	707 000
21	SFR	9 347 000	1 901 000
22	Linternaute.com - TS	9 215 000	574 000
23	Apple	8 880 000	932 000
24	Le Monde - TS ACPM	8 837 000	870 000
25	Videolan	8 641 000	1 215 000
26	impots.gouv.fr	8 466 000	550 000
27	CommentCaMarche - TS	8 432 000	495 000
28	Credit Agricole	8 198 000	1 526 000
29	OverBlog	7 989 000	520 000
30	eBay	7 956 000	958 000
31	AlloCine - TS	7 638 000	532 000
32	Marmiton - TS	7 483 000	442 000
33	franceinfo - TS ACPM	7 395 000	539 000
34	LA POSTE	7 245 000	1 125 000
35	Mappy	7 156 000	445 000
36	Pole Emploi	7 077 000	782 000
37	Assurance Maladie	6 911 000	529 000
38	Le Parisien - TS ACPM	6 787 000	468 000
39	Pinterest	6 686 000	545 000
40	Tele Loisirs - TS ACPM	6 539 000	1 010 000
41	Carrefour	6 536 000	529 000
42	20minutes.fr - TS ACPM	6 499 000	579 000
43	Le Journal des Femmes - TS	6 481 000	373 000
44	La Redoute	6 452 000	437 000
45	Service-Public.fr	6 450 000	364 000
46	ViaMichelin - TS	6 374 000	243 000
47	Voyages-Sncf.com	6 190 000	421 000
48	vente-privee	6 138 000	944 000
49	BFM TV - TS ACPM	6 027 000	440 000
50	Adobe	5 945 000	405 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Novembre 2016 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mails, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média…

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d' octobre 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**ACPM*** sont notifiés d'un « **TS ACPM** »

* ACPM : Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, fusion de l'OJD et d'Audipresse.

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur s'appuie sur le Panel France de Mediametrie//NetRatings, un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes français sur ordinateur âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure de l'Audience Internet Ordinateur est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Mediametrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'ACPM, de la mesure eStat et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sur ordinateur sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages…) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2015, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 85,8 M€.

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :
Benoit David
Tél : 01 71 09 93 18
bdavid@mediametrie.fr